

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, KETERBATASAN PENELITIAN DAN SARAN

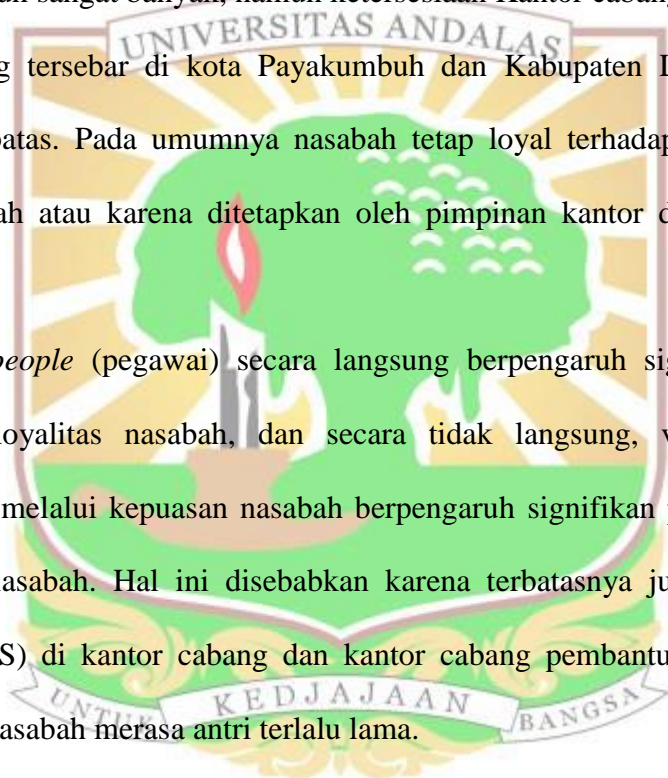
5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat dibuat kesimpulan penelitian sebagai berikut:

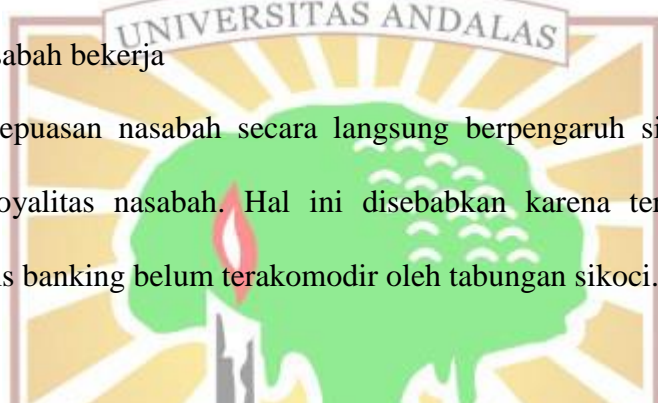
1. Variabel *product* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan secara tidak langsung, variabel *product* melalui kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti melihat bahwa minat memiliki Tabungan Sikoci bagi penabung karena ditetapkan oleh pimpinan kantor dimana nasabah bekerja.
2. Variabel *price* (tingkat bunga tabungan sikoci) secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan secara tidak langsung, variabel *price* (tingkat bunga tabungan sikoci) melalui kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Tingkat bunga Tabungan Sikoci yang ditawarkan belum menarik oleh nasabah, dimana rata-rata komentar nasabah meminta agar tingkat suku bunga tabungan sikoci ditingkatkan.
3. Variabel *promotion* (pemasaran terpadu) secara langsung berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, dan secara tidak langsung, variabel *promotion* (pemasaran terpadu) melalui kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Iklan Tabungan Sikoci belum membuat nasabah tertarik untuk menabung di tabungan sikoci Bank Nagari. Pada umumnya nasabah tertarik menabung di tabungan sikoci bank nagari

karena nasabah loyal terhadap pembangunan bank daerah atau karena ditetapkan oleh pimpinan kantor dimana nasabah bekerja.

4. Variabel *place* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah dan secara tidak langsung, variabel *place* melalui kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Hal tersebut memang disadari bahwa nasabah Tabungan Sikoci Bank Nagari Cabang Payakumbuh sangat banyak, namun ketersediaan Kantor cabang pembantu dan ATM yang tersebar di kota Payakumbuh dan Kabupaten Limapuluh kota masih terbatas. Pada umumnya nasabah tetap loyal terhadap pembangunan bank daerah atau karena ditetapkan oleh pimpinan kantor dimana nasabah bekerja
5. Variabel *people* (pegawai) secara langsung berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, dan secara tidak langsung, variabel *people* (pegawai) melalui kepuasan nasabah berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena terbatasnya jumlah costomer service (CS) di kantor cabang dan kantor cabang pembantu yang terbatas, sehingga nasabah merasa antri terlalu lama.
6. Variabel *process* secara langsung berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah, dan secara tidak langsung, variabel *process* melalui kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Hal ini karena nasabah loyal terhadap pembangunan bank daerah atau karena ditetapkan oleh pimpinan kantor dimana nasabah bekerja.



7. Variabel *physical evidence* secara langsung tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah, dan secara tidak langsung, variabel *physical evidence* melalui kepuasan nasabah tidak berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Karena disadari bahwa masih terdapat keterbatasan jumlah petugas CS, luas ruangan tunggu dan jumlah ATM yang tersebar di kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh kota. Namun nasabah tetap loyal terhadap pembangunan bank daerah atau karena ditetapkan oleh pimpinan kantor dimana nasabah bekerja
8. Variabel kepuasan nasabah secara langsung berpengaruh signifikan positif terhadap loyalitas nasabah. Hal ini disebabkan karena terdapat beberapa layanan sms banking belum terakomodir oleh tabungan sikoci.



5.2 Implikasi

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantara 7Ps pada marketing mix, hanya *promotion, people, process* dan kepuasan nasabah yang secara langsung berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Tabungan Sikoci di Bank Nagari Kantor Cabang Payakumbuh. Hal ini mengandung implikasi agar kedepannya lebih meningkatkan promosi atau iklan Tabungan Sikoci di daerah Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota. Serta meningkatkan kecapan pegawai Bank Nagari Cabang Payakumbuh dalam melayani nasabah, agar nasabah Tabungan Sikoci di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota tetap loyal kepada Bank Nagari.

2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diantara 7Ps pada marketing mix, hanya *place* dan *people* yang secara tidak langsung melalui kepuasan nasabah berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap loyalitas nasabah Tabungan Sikoci di Bank Nagari Kantor Cabang Payakumbuh. Hal ini mengandung implikasi agar Bank Nagari dapat mempertimbangkan untuk memperluas penyebaran jaringan Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas, mesin ATM dan mesin EDC di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini telah diusahakan dan dilaksanakan sesuai dengan prosedur ilmiah, namun demikian masih memiliki keterbatasan yaitu peneliti tidak dapat memperoleh data yang diperlukannya disebabkan oleh kerahasiaan perusahaan sehingga mempengaruhi hasil penelitiannya, seperti data alamat penabung Sikoci dan jumlah transaksi tabungan yang aktif.

5.4 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dibuatlah saran-saran sebagai berikut:

1. Agar Bank Nagari Cabang Payakumbuh meningkatkan fasilitas lapangan parkir kendaraan bermotor, jumlah ATM dan fasilitas ruang tunggu, sehingga dapat mengakomodir jumlah nasabah yang ramai.
2. Agar Bank Nagari Cabang Payakumbuh meningkatkan penampilan pegawai, keramahan pegawai dalam melayani nasabah, tingkatkan kecepatan pelayanan, dan tingkatkan tindak lanjut atas keluhan nasabah.

3. Agar Bank Nagari Cabang Payakumbuh meningkatkan kecepatan proses transaksi, jumlah ATM dan fitur fitur pelayanan/jasa.
4. Agar Bank Nagari Cabang Payakumbuh meningkatkan promosi Tabungan Sikoci.
5. Bank Nagari Cabang Payakumbuh dapat mempertimbangkan untuk memperluas penyebaran jaringan Kantor Cabang Pembantu, Kantor Kas, mesin ATM dan mesin EDC di Kota Payakumbuh dan Kabupaten Lima Puluh Kota.

